

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Realitas sosial mengenai masyarakat yang apatis terhadap politik menjadi suatu hal yang mengerikan dalam kehidupan berdemokrasi. Keberlanjutan negara dengan demokrasi yang berkualitas sangat bergantung pada kemelekakan masyarakat terhadap pentingnya berpolitik. Realitas minimnya pemahaman tentang hal tersebut tentu merugikan sistem demokrasi di negara Indonesia. (Wibowo M.T, 2017) menyatakan bahwa kurangnya pemahaman politik dan ketidakberhasilan sosialisasi politik dapat berimbas pada menurunnya partisipasi masyarakat dalam berdemokrasi.

Munculnya masyarakat apatis ini dipicu oleh belum penuh dan meratanya pendidikan politik, khususnya kepada para pemuda (Amalia, 2020). Sosialisasi politik merupakan sarana pendidikan politik utama kepada masyarakat, yang bertujuan memupuk pemahaman dan kepekaan politik masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses demokrasi (Triono, 2017). Sosialisasi politik sekaligus pendidikan politik dapat dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi komunikasi untuk menunjang suksesnya sosialisasi informasi politik.

Sosialisasi politik merupakan aktivitas yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan pengaruh tentang politik. Sosialisasi politik dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media seperti media cetak, internet, penyiaran radio, dan lainnya. Sosialisasi politik melalui media seperti

penyiaran radio dapat membentuk masyarakat yang cerdas dalam berpolitik (Nurochimah, 2021). Media sebagai ruang publik memegang peran yang cukup vital dalam pendistribusian informasi kepada masyarakat, termasuk informasi politik.

Seiring pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, baik media massa maupun media sosial mengalami kemajuan yang pesat. Saat ini, media merupakan salah satu aspek penting bagi kehidupan manusia. Hampir di setiap sendi kehidupan baik individu maupun secara berkelompok, masyarakat sangat membutuhkan media informasi. Hal ini semakin memperjelas peran vital media sebagai pembawa informasi (Soeprpto, 2014). Pendekatan melalui media mampu memberikan masukan berupa pengetahuan politik terbaru kepada masyarakat (Wibowo, 2019). Dengan ini media dapat dijuluki sebagai agen sosialisasi politik bagi masyarakat. Perkembangan media tersebut lebih banyak dipicu oleh banyaknya kebutuhan akan informasi yang cepat, akurat, dan dapat di percaya. Semestinya media mampu menyediakan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

Posisi media di sini sangat strategis bukan hanya sebagai penyalur informasi, tetapi juga sebagai alat untuk melakukan perubahan politik kepada masyarakat mengingat media selalu terkait dengan sistem politik yang ada (Manik, 2019). Media mampu meningkatkan pemahaman politik yang kemudian dapat meningkatkan kualitas kehidupan berdemokrasi melalui sosialisasi dan edukasi yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi (Juwandi, 2019). Dengan berbagai macam cara pengemasan konten

politik yang termuat dalam media, media mampu membentuk pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu seperti fenomena politik yang sedang terjadi.

Media sendiri sebenarnya memiliki beberapa fungsi, seperti fungsi edukasi, interpretasi dan persuasi. Dalam dunia politik, fungsi ini ditujukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang sistem politik yang berlaku, pentingnya partisipasi politik, dan kepekaan terhadap politik (Bashori, 2018). Selain itu, fungsi persuasi dalam pendistribusian pengetahuan politik juga sangat memengaruhi keberhasilan kegiatan sosialisasi politik yang dilakukan melalui media massa, baik itu media lama maupun media modern. Dengan ini, media mewujud kedalam sarana atau alat yang dapat dimanfaatkan dalam penyaluran kepentingan politik baik dalam cakupan individu maupun secara luas kepada masyarakat (Anshari, 2013).

Salah satu contoh media yang sejak dulu ada ditengah perkembangan teknologi yang ada adalah radio. Di Indonesia sendiri, radio pertama yang dimiliki adalah Radio Republik Indonesia (RRI). Radio tersebut identik dengan isu perjuangan bangsa pasca kemerdekaan (Masnuna, 2020). Pada awalnya, radio dinilai sebagai alat kepentingan pemerintah untuk berhubungan dengan masyarakat. Kemudian di era reformasi, muncul radio komunitas (Jurriens, 2003). Radio ini menyuarakan isu-isu strategis di wilayah tertentu dimana masyarakat setempatlah yang menentukan informasi apa yang mereka inginkan (Effendy, 2012). Sejarah menuliskan bahwa sejak awal masyarakat Indonesia mendengarkan radio pertama kali pada tahun 1920-an di masa penjajahan

Belanda, media radio memang telah dimanfaatkan sebagai sarana penyaluran informasi termasuk dalam bidang politik (Yuliani, 2018). Seiring perkembangan zaman, radio mulai menyisipkan hiburan ditengah siaran berlangsung. Sebelum media modern tercipta, media lawas seperti radio menjadi andalan masyarakat untuk memperoleh hiburan sekaligus informasi terkini. Namun sekarang eksistensinya sudah mulai memudar karena dinilai terlalu kuno dan membosankan.

Padahal jika kita sandingkan dengan beberapa media komunikasi massa seperti media cetak atau media sosial modern, sebenarnya radio unggul dalam besaran biaya penyelenggaraan penyiaran dengan cakupan daerah yang sama luasnya (Hapsari, 2019). Akses untuk dapat mendengarkan radio juga terbilang cukup mudah dan murah. Penyiaran radio sendiri bersifat multifungsi, di satu sisi ia memberikan *input* berupa informasi dan berita terkini, di sisi lainnya radio memberikan hiburan dan refreshing bagi masyarakat. Tak jarang pula, penyiaran radio dijadikan sebagai sarana untuk melakukan pendidikan kepada masyarakat (Amali, 2012).

Namun, fenomena pesatnya digitalisasi media informasi membuat radio semakin kehilangan tempat di hati masyarakat. Digitalisasi media informasi secara bersamaan juga mengikis kelompok suara minoritas, dalam hal ini yang dimaksud adalah radio lokal (Hapsari, 2019). Tantangan nyata tentang bagaimana radio harus mempertahankan eksistensinya ditengah perkembangan teknologi menjadi hal yang harus diprioritaskan. Radio yang menggunakan suara dalam proses penyampaian informasi dewasa ini

dipandang tidak relevan bagi masyarakat modern. Jika dibandingkan dengan media baru yang lebih menarik yaitu internet dengan segala aplikasi pendukungnya, dimana mereka dapat menggunakan sekaligus banyak cara penyampaian, seperti tulisan, gambar, bahkan video. Hal ini menyebabkan masyarakat yang termasuk dalam audiens radio menjadikan radio hanya sebatas sarana hiburan selingan saja.

Ditambah lagi dengan hadirnya media sosial seperti Youtube, Instagram, Twitter, dan lainnya. Media sosial yang ada kini bersifat lebih fleksibel sehingga mereka semakin memojokkan media massa sebagai media yang lebih memerhatikan etika penyebaran informasi (Susanto, 2017). Media sosial modern juga menyediakan fitur interaksi antar pengguna untuk mendukung pertukaran informasi dengan cepat. Hal ini juga tentunya membawa konsekuensi bahwa media sosial modern rawan hoax. Akan tetapi, hadirnya media sosial juga mendukung literasi digital yang sekaligus juga dapat mendidik masyarakat, terkhusus tentang fenomena politik (Rianto, 2019). Hal tersebut juga berarti memberikan tantangan terhadap media lawas seperti radio.

Bersamaan dengan perkembangan media sosial *di atas*, ternyata radio dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman yang ada dengan memunculkan inovasi berupa radio internet (Hapsari, 2019). Pola kerja radio sekarang ini telah banyak mengadopsi internet seperti dalam hal *streaming* penyiaran. Konsep dari radio internet ini adalah tersedianya layanan radio digital yang dapat diakses melalui link yang didapat dari internet (*webcasting*)

(Hapsari, 2019). Masyarakat yang berkeinginan untuk mendengarkan radio dapat mencari di internet dengan *keyword* nama saluran radio yang mereka tuju. Sehingga hal ini seharusnya menjadi peluang bagi pihak radio untuk berlomba-lomba memuat konten yang informatif, edukatif, juga sekaligus menghibur.

Seperti yang diketahui bersama bahwa radio termasuk dalam jenis media yang berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai sarana sosialisasi yang mampu membentuk kesadaran masyarakat, termasuk dalam bidang politik (Rusli, 2015). Segala tantangan dan hambatan yang menyangkut peran radio sebagai salah satu instrumen sosialisasi dan pendidikan politik khususnya di era digital seperti sekarang baiknya menjadi *trigger* yang mampu mendorong semangat pihak radio untuk berinovasi perihal konten yang dimuat. Media radio terkhusus radio komunitas (radio lokal) dalam memainkan peran sosialisasi dan pendidikan terkhusus pada bidang politik dapat berkolaborasi dengan pemerintah setempat sebagai langkah untuk mempertahankan eksistensi mereka. Keterlibatan radio dalam sosialisasi mengenai kontestasi politik daerah juga dapat membantu menarik masyarakat untuk menjadi audiens.

Seperti sosialisasi politik Pilkada Lamongan 2020 yang dilakukan dengan berbagai macam cara dan bekerjasama dengan beberapa media, tak terkecuali radio lokal. Masyarakat Lamongan yang notabeneanya merupakan bagian dari masyarakat modern tidak hanya dapat memperoleh informasi politik daerah melalui penyuluhan secara langsung saja. Radio lokal hadir

sebagai pelengkap distribusi informasi politik. Radio sebagai media informasi dipercaya mampu mendistribusikan pengetahuan secara signifikan (Heryanto, 2018). Bahkan Komisi Pemilihan Umum (KPU) menganjurkan para calon legislatif untuk memanfaatkan media daring seperti radio lokal dalam kampanye politik mereka.

Salah satu radio lokal Lamongan yang digandeng KPU dalam sosialisasi politik di masa Pilkada Lamongan 2020 adalah Radio Prameswara 103,9 FM Lamongan yang bertempat di Jl. Sunan Giri No. 70, Gang Beringin, Kel. Tumenggungan, Kec. Lamongan. Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh penulis kepada Kepala Divisi Penyiaran Radio Prameswara FM, narasumber mengungkapkan bahwa sosialisasi politik menjelang Pilkada Lamongan 2020 memang telah dilakukan oleh KPU Lamongan. Pemanfaatan radio ini adalah sebagai alat sosialisasi politik yang diharapkan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap politik di daerahnya, dan tentunya sosialisasi politik ini juga dilakukan sebagai upaya KPU Lamongan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat saat Pilkada Lamongan 2020 berlangsung.

Berdasarkan berbagai pemaparan *di atas*, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "Sosialisasi Politik Pilkada Lamongan 2020 oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah "bagaimana hubungan sosialisasi politik yang dilakukan KPU Lamongan di Radio Prameswara

terhadap pengetahuan politik masyarakat dalam Pilkada Lamongan tahun 2020?"

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara dengan pengetahuan politik masyarakat dalam Pilkada Lamongan tahun 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat dalam perkuliahan ke dunia yang sesungguhnya serta sebagai tugas akhir syarat kelulusan sarjana.

2. Bagi Kalangan Akademisi

Dari penelitian ini diharapkan akan memberikan pandangan-pandangan dan wawasan baru yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya, sehingga dapat memberi nilai guna dalam dunia akademis khususnya dalam mengkaji tentang hubungan sosialisasi politik menggunakan media lokal dengan peningkatan pengetahuan politik masyarakat.

3. Manfaat Praktis

Dari adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat itu sendiri, dimana memberikan pengetahuan dan

menyadarkan masyarakat tentang hal-hal yang berkaitan dengan pentingnya sosialisasi politik dengan memanfaatkan sarana prasarana yang ada, termasuk media lokal daerah.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian yang penting untuk mendapatkan perbedaan, persamaan serta inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian ini:

Pertama, Hanna Adoni (1979) dalam penelitiannya yang berjudul *“The Function of Mass Media in The Political Socialization of Adolescents”*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan konsep teori fungsi media massa. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan perihal sejauh mana kontribusi langsung maupun tidak langsung sosialisasi politik melalui media massa terhadap perkembangan orientasi politik remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara sosialisasi yang dilakukan media terhadap bagaimana pengetahuan nilai-nilai politik pada remaja.

Kemudian penelitian oleh Richard W. Wilson (1981) yang berjudul *“Political Socialization and Moral Development”*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan eksplanatoris. Penelitian ini menggunakan konsep teori agen sosialisasi politik sebagai pemegang kunci pengetahuan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perihal

bagaimana pengaruh sosialisasi politik terhadap moralitas dan pengetahuan politik masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan agen sosialisasi politik baik itu keluarga, sekolah, teman sebaya, hingga media massa memiliki peran yang signifikan untuk membentuk pengetahuan politik masyarakat.

Selanjutnya Yusa Djuyandi (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Efektivitas Sosialisasi Politik Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 Oleh Komisi Pemilihan Umum. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Konsep teori yang digunakan adalah teori sosialisasi politik. Tujuan penelitian ini adalah untuk Memberikan analisis terkait keefektifan sosialisasi politik yang dilakukan KPU saat Pemilu Legislatif 2014. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPU berhasil meningkatkan pengetahuan dan menekan angka Golput.

Cahyani (2019) juga melakukan penelitian dengan tema yang sama dengan judul “Sosialisasi Politik dan Partisipasi Politik: Peran Kesbangpol terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Kota Depok Tahun 2018”. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed method*). Penelitian ini menggunakan konsep teori sosialisasi politik dan partisipasi politik. Penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan antara sosialisasi politik yang dilakukan oleh Kesbangpol dengan kenaikan partisipasi politik di lokasi penelitian. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa sosialisasi politik berpengaruh signifikan terhadap tingkat partisipasi pemilih.

Disusul Novadilla (2019) dalam penelitiannya yang berjudul "Peran Radio Lokal Sebagai Agen Sosialisasi Politik Pada Kalangan Pemilih Muda Di Pulau Pramuka". Penelitian ini menggunakan metode deskriptif interpretatif dengan melakukan wawancara dan observasi. Penelitian ini menggunakan konsep teori sosialisasi politik beserta agennya. Penelitian ini ingin menjawab sejauh mana dampak sosialisasi politik melalui radio lokal terhadap kesadaran politik khususnya pemilih pemula di lokasi penelitian. Hasil penelitian menyebutkan bahwa terdapat keberhasilan sosialisasi politik dengan memanfaatkan radio lokal yang sekaligus berdampak pada peningkatan kesadaran politik bagi pemilih pemula.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik merupakan kegiatan yang mengarah pada proses penanaman pengetahuan dan nilai politik kepada setiap individu dalam masyarakat. Menurut Rush dan Althoff yang dimuat dalam (Damsar, 2010), sosialisasi politik merupakan sebuah proses memperkenalkan sistem politik pada seseorang, dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksi-reaksi terhadap gejala politik yang ada. Pendapat ini menekankan sosialisasi politik pada kegiatan perkenalan politik kepada individu untuk membentuk sikap dalam menghadapi fenomena politik yang terjadi. Hal ini sejalan dengan pemikiran (Damsar, 2010), bahwa sosialisasi politik adalah sebuah pendistribusian pengetahuan, nilai, norma, dan perilaku politik

kepada individu untuk membentuk masyarakat yang aktif dalam kehidupan politik.

Menurut Gabriel Almond yang termuat dalam (Triwijanarko, 2013), sosialisasi politik adalah proses dimana individu membentuk sikap dan tingkah politik juga sebagai sarana bagi suatu generasi untuk mendistribusikan dasar-dasar politik kepada generasi setelahnya. Sosialisasi politik berbicara mengenai proses memberikan pemahaman dasar tentang sistem politik dan bagaimana tanggapan serta reaksi yang ditimbulkan (Triwijanarko, 2013).

Ramlan Surbakti (2005) menambahkan teori sosialisasi politik yang menarik. Menurutnya, sosialisasi politik memiliki dua metode penyampaian yaitu pendidikan politik dan indoktrinasi politik. Pendidikan politik mengarah kepada kegiatan penanaman nilai sedangkan indoktrinasi fokus kepada pengarahan secara sepihak oleh penguasa untuk memobilisasi dan memanipulasi pemahaman masyarakat (Surbakti, Memahami Ilmu Politik, 2005). Namun, bagaimanapun proses penyampaian politik yang dilakukan, sosialisasi politik tetap memegang kunci utama atas pemahaman yang lebih kuat tentang motivasi politik, reaksi masyarakat, dan tingkah laku pemimpin dalam berpolitik (Wilson, 1981).

Dalam kehidupan berdemokrasi, pemahaman mengenai pentingnya politik harus terus-menerus ditingkatkan. Sistem demokrasi akan dapat terus hidup apabila masyarakat sadar akan pentingnya

politik dan terjadi peningkatan jumlah warga negara yang mendapatkan hak-hak dan tujuan politik mereka dengan baik (Nugroho, 2012). Sehingga penggalakan pendidikan maupun sosialisasi politik diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat untuk terlibat aktif dalam politik termasuk pemberian pemahaman terkait proses pemilihan umum (Irawan, 2019). Menurut (Damsar, 2010), sosialisasi politik memiliki beberapa agen yang banyak berkontribusi pada penanaman nilai politik. Beberapa agen tersebut diantaranya seperti keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa. Dalam penelitian ini, fokus agen sosialisasi politik yang digunakan adalah media massa, khususnya radio.

1.6.2 Media Massa

Menurut Wilbur Lang Schramm yang dimuat dalam (Nadie, 2018), media massa merupakan kelompok kerja yang terorganisir di beberapa perangkat alat distribusi informasi untuk menyampaikan pesan dalam koridor waktu dan substansi yang sama. Pendapat ini menekankan pada adanya sistem yang terorganisir dalam pendistribusian informasi. Melengkapi pendapat tersebut, menurut (Bungin, 2006) dalam bukunya yang berjudul "Sosiologi Komunikasi", media massa diartikan sebagai media penyalur informasi yang melakukan penyampaian pesan kepada khalayak ramai atau secara masal.

Menurut (Habibie, 2018), media massa merupakan sarana untuk menyebarkan informasi yang memuat isu-isu di segala aspek kehidupan kepada masyarakat luas. (Habibie, 2018) juga menyebutkan bahwa peran media massa dalam penyaluran informasi publik memiliki dua muka, positif dan negatif. Di satu sisi media massa mendukung kemudahan akses informasi, di sisi lain dapat menimbulkan kebebasan berpendapat yang tidak terarah yang dapat berimbas pada konflik masyarakat. Konteks negatif membawa media massa sebagai alat propaganda untuk memecah masyarakat dengan ujaran kebencian, hoax, dan lainnya. Dalam konteks dampak positif, media massa dapat membentuk masyarakat yang lebih demokratis (Habibie, 2018).

Menurut (Haryanto, 2018), media massa sebagai penyalur informasi kepada masyarakat dapat memainkan dua peranan sekaligus, yaitu sebagai agen sosialisasi dan *intermediary* atau penghubung. Dimana dalam pemanfaatan ini, media memiliki daya jangkauan yang sangat luas. Teori fungsi media massa menurut (Adoni, 1979) menyebutkan bahwa media massa berkontribusi dalam proses sosialisasi politik yang dilakukan dengan muatan materi yang dianggap penting sebagai kebutuhan bagi masyarakat. Media massa memainkan peran yang cukup vital dalam kehidupan politik. Menurut (Manik, 2019), media massa tidak dapat terlepas dari sistem demokrasi negara. Media massa, baik media cetak seperti koran dan majalah maupun media elektronik seperti penyiaran radio dan televisi diyakini mampu

membentuk cara pandang atau pola pikir masyarakat terhadap suatu fenomena politik (Prasetya, 2013).

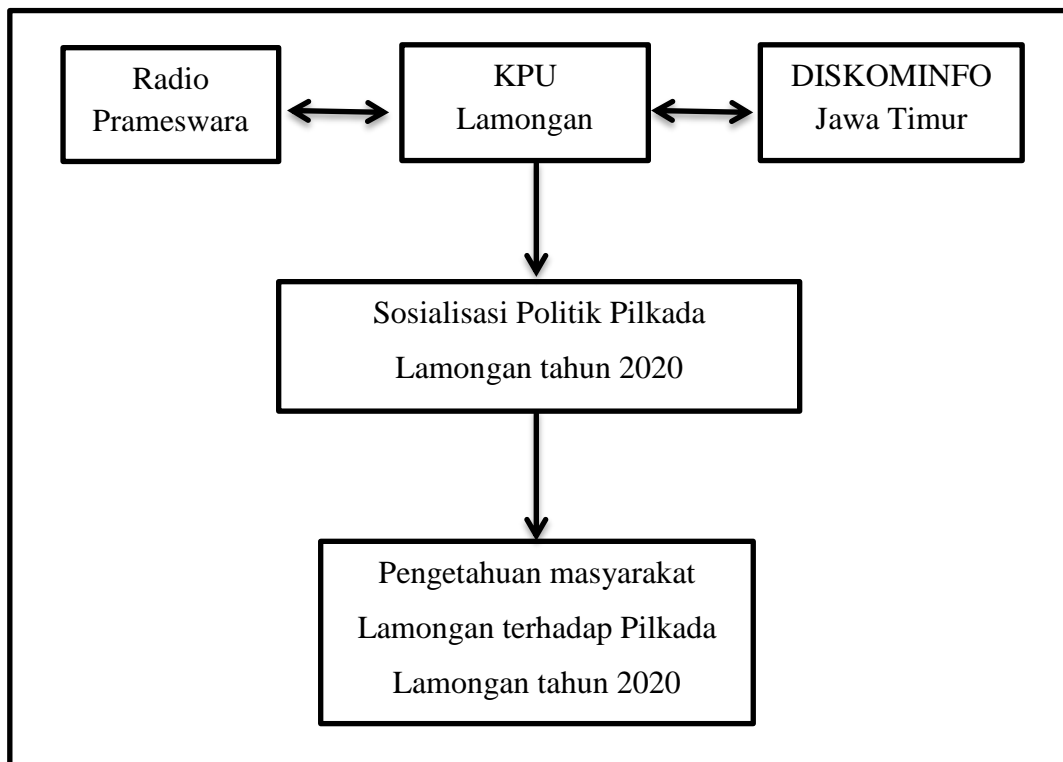
Perkembangan media massa juga secara signifikan mampu meningkatkan kepekaan masyarakat terhadap isu-isu politik yang sedang terjadi, baik dalam lingkup lokal maupun global. Media massa bermanfaat dan dapat dimanfaatkan oleh segala sektor, termasuk politik. Hubungan saling memanfaatkan ini tentu memiliki dampak yang positif, baik pengguna jasa media massa maupun media massa itu sendiri. Dimana pengguna jasa dapat menyalurkan informasi penting yang mereka miliki kepada khalayak, dan disisi lain media massa yang dipakai juga mendapatkan kesempatan untuk mempertahankan eksistensinya di masyarakat yang menjadi sasaran penyampaian informasi.

Menyambung hal tersebut, media massa yang menjadi fokus penelitian ini adalah media penyiaran radio yang dimanfaatkan KPU Kabupaten Lamongan menjadi alat bantu sosialisasi politik yaitu Radio Prameswara Lamongan dalam Pilkada Kabupaten Lamongan tahun 2020.

1.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah konsep mengenai bagaimana alur penelitian akan dijalankan. Kerangka pemikiran menyuguhkan bagaimana teori yang dipakai dalam penelitian ini memiliki korelasi dan saling mempengaruhi dengan indikator-indikator yang telah ditemukan sebagai poin

permasalahan penelitian. Berikut kerangka berfikir dalam penelitian Sosialisasi Politik Penyuksesan Pilkada Lamongan 2020 oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara:



Sumber: Dasar Pemikiran Penelitian

Melalui kerangka pemikiran tersebut di atas, muncul dua hipotesis atau jawaban sementara dalam penelitian sebagai berikut:

(H₀): Terdapat hubungan antara sosialisasi Pilkada Lamongan tahun 2020 yang dilakukan oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara dengan tingkat pengetahuan masyarakat dalam Pilkada Lamongan tahun 2020.

(H₁): Tidak ada hubungan antara sosialisasi Pilkada Lamongan tahun 2020 yang dilakukan oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara dengan tingkat pengetahuan masyarakat dalam Pilkada Lamongan tahun 2020.

1.7.1 Definisi Konseptual

1. Sosialisasi politik adalah sebuah bentuk komunikasi politik dimana seseorang memperoleh sikap atau pandangan dan orientasi terhadap fenomena politik yang umumnya berlaku dalam masyarakat. Proses ini dapat berupa penyampaian pengetahuan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman politik dan partisipasi aktif masyarakat. Dalam penelitian ini, sosialisasi politik yang dimaksud adalah sosialisasi politik Pilkada Lamongan 2020 yang dilakukan oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara tepatnya menjelang Pilkada Lamongan 2020. Materi sosialisasi politik yang dimuat mencakup informasi akan diselenggarakannya Pilkada Lamongan, tahapan persiapan Pilkada yang sudah dilakukan KPU Lamongan, informasi kandidat, hingga tanggal pencoblosan yaitu pada 9 Desember 2020.
2. Media massa adalah suatu instrumen komunikasi yang difungsikan untuk menyebarkan pesan kepada target informan dalam skala besar. Media massa tidak dapat terlepas dari kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi, tidak terkecuali perihal politik. Termasuk dalam agen sosialisasi, media massa diyakini mampu memperluas jangkauan proses penyaluran pengetahuan politik kepada masyarakat. Dalam hal ini, media yang diteliti adalah satu media lokal yaitu Radio Prameswara dalam sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPU Lamongan menjelang Pilkada Lamongan 2020. Program siaran sosialisasi politik oleh KPU di Radio

Prameswara yang dimaksud dalam penelitian ini sebagai objek penelitian yaitu sosialisasi politik penyuksesan Pilkada Lamongan 2020 yang dilakukan dengan satu kali program *Talkshow* (dialog interaktif) oleh KPU Lamongan bersama penyiar radio yang berdurasi 1 jam dan spot promo Pilkada dengan frekuensi siar 10 kali sehari.

1.7.2 Definisi Operasional

Untuk menentukan indikator yang dipakai dalam menilai sosialisasi politik melalui media massa, penelitian ini menggunakan teori sosialisasi politik oleh Paul Allen Beck yang memfokuskan kualitas peranan agen sosialisasi pada tiga hal, yaitu "*exposure, communication, dan receptivity*" yang mengacu pada beberapa indikator, yaitu intensitas sosialisasi yang dilakukan, kualitas penyampaian materi pengetahuan politik, serta pemahaman target sosialisasi (Haryanto, 2018). Intensitas sosialisasi politik dan kualitas penyampaian pengetahuan politik akan menjadi indikator variabel bebas (X) yaitu sosialisasi Pilkada Lamongan tahun 2020 oleh KPU di Radio Prameswara. Kemudian pemahaman target sosialisasi atas informasi yang diberikan akan digunakan untuk menentukan indikator variabel terikat (Y) yaitu pengetahuan masyarakat terhadap Pilkada Lamongan 2020. Berikut rinciannya:

Tabel 1.1 Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Sosialisasi Pilkada Lamongan tahun 2020 oleh KPU di Radio Prameswara (X)	Intensitas Sosialisasi Politik	Mengikuti sosialisasi dari KPU Kabupaten Lamongan
	Kualitas Penyampaian Materi Sosialisasi	Materi disampaikan sesuai kebutuhan masyarakat atas pengetahuan Pilkada
Pengetahuan masyarakat terhadap Pilkada Lamongan 2020 (Y)	Pemahaman target sosialisasi	Mengetahui informasi mengenai Pilkada Lamongan tahun 2020 dengan baik.

Sumber: Data diolah penulis, 2022.

Selain indikator-indikator variabel tersebut di atas mengenai sosialisasi Pilkada Lamongan yang dilakukan oleh KPU di Radio Prameswara serta pengetahuan masyarakat terhadap Pilkada Lamongan 2020, berikut indikator tambahan dalam penelitian:

1. Materi dan frekuensi siaran sosialisasi Pilkada di Radio Prameswara

Menurut informasi dari Administrator Radio Prameswara dan Kepala Divisi Sosdiklih KPU Lamongan, siaran sosialisasi Pilkada Lamongan 2020 terbagi menjadi dua jenis program meliputi *Talkshow* dan spot promo yang dibiayai sepenuhnya oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Timur untuk bersama-sama menyukseskan Pilkada serentak 2020. Berikut rincian programnya:

a. Program *Talkshow* (Dialog Interaktif)

Program *Talkshow* atau dialog interaktif dilakukan oleh Ketua Divisi Sosdiklih KPU Lamongan bersama penyiar Radio Prameswara. Berikut materi dalam konten sosialisasi politik penyuksesan Pilkada Lamongan 2020 pada program *Talkshow*, yaitu:

1. Informasi akan diselenggarakan Pilkada Lamongan 2020. Materi ini berisi tentang ajakan untuk menyuksesan Pilkada Lamongan 2020. Pihak KPU Lamongan menghimbau masyarakat untuk bersiap menyambut pesta demokrasi tingkat daerah yaitu Pilkada serentak tahun 2020.
2. Informasi terkait tahapan persiapan Pilkada yang telah dilakukan KPU Lamongan dalam rangka penyuksesan Pilkada Lamongan 2020 hingga tanggal 29 November 2020. Materi terkait tahapan ini memiliki durasi paling panjang dalam sesi *Talkshow* yang dilakukan. Pihak KPU Lamongan menyampaikan bahwa banyak persiapan tambahan yang perlu diperhatikan bersama untuk mengantisipasi adanya hal-hal di luar kendali KPU seperti peningkatan jumlah kasus Covid-19 pra-

Pilkada, saat Pilkada, dan pasca Pilkada diselenggarakan.

3. Informasi kandidat paslon (jumlah, nama, latar belakang, partai politik yang terlibat, hingga program kerja yang ditawarkan). Terkait materi ini, pihak KPU Lamongan yang diwakili oleh Kadiv. Sodikli menyampaikan pengetahuan tentang 3 kandidat paslon yang ada di Pilkada Lamongan 2020 secara singkat dengan tujuan agar masyarakat mengikuti kampanye kandidat paslon secara mandiri sehingga dapat memiliki bekal yang cukup untuk mempertimbangkan pilihan masing-masing. Materi ini disampaikan di bagian akhir *Talkshow* dengan waktu 10 sampai 15 menit sebelum program berakhir.
4. Tanggal pencoblosan Pilkada Lamongan yaitu pada 9 Desember 2020. KPU menghimbau agar masyarakat tidak lupa untuk datang ke TPS yang telah ditentukan untuk menyalurkan hak pilihnya dengan baik.
5. Himbauan untuk mencoblos dengan memerhatikan protokol kesehatan pada Pilkada Lamongan 2020. Mengingat Pilkada serentak 2020 dilakukan dalam

keadaan pandemi Covid-19, KPU Lamongan memberikan himbauan bagi masyarakat untuk menjaga kesehatan dan menjalankan protokol kesehatan sebagaimana mestinya untuk menghindari lonjakan kasus Covid-19 saat Pilkada berlangsung.

Program *Talkshow* dalam sosialisasi politik penyuksesan Pilkada Lamongan tahun 2020 oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara ini dilakukan hanya satu kali di akhir minggu ke-tiga bulan November dengan durasi siaran 60 menit.

b. Spot Promo

Spot promo dalam penyuksesan Pilkada Lamongan 2020 yang disiarkan Radio Prameswara memuat informasi singkat tentang Pilkada Lamongan tahun 2020 yang mencakup pengetahuan adanya pelaksanaan Pilkada, nama pasangan calon, tanggal pencoblosan, hingga himbauan mencoblos. Spot promo di siarkan dengan singkat (berdurasi kurang lebih 1 menit). Spot promo Pilkada Lmaongan 2020 memiliki frekuensi siar 10 kali dalam sehari dan disiarkan selama satu bulan penuh pada November 2020.

2. Jumlah pendengar Radio Prameswara

Jumlah pendengar Radio Prameswara perlu diketahui untuk mengukur apakah radio ini masih memiliki eksistensi di tengah masyarakat modern yang terus berkembang di Kabupaten Lamongan. Berikut data hasil survei pendengar Radio Prameswara 103,9 FM Lamongan:

Tabel 1.2 Data Jumlah Pendengar Radio Prameswara

No	Nama Sosial Media			Periode
	Jenis	Nama Akun		November
1.	YouTube	Prameswara FM The Family Radio Station	Subscribe	434
2.	Facebook	Prameswara Lamongan	Follower	4.969
3.	Fanpage	Radio Prameswara 103,9 FM Lamongan	Follower	5.327
4.	Instagram	@PRAMESWARA1039	Follower	1.846
5.	Twitter	Prameswara FM The Family Radio Station	Follower	1.435
6.	WhatsApp	Prameswara 103,9 FM	Contact	4.366
7.	SMS BoX	+62 812-3021-039	Contact	17.549
8.	Streaming	Prameswarafm.com	Internet Protokol	82

Sumber: Radio Prameswara Lamongan

Dilihat dari jumlah data pendengar dan pengikut media sosial Radio Prameswara di atas, dapat disimpulkan bahwa radio lokal masih memiliki ruang di hati masyarakat. Hal ini tentu memberikan kesempatan bagi radio lokal untuk tetap mempertahankan eksistensinya terutama menjelang pemilihan umum di kabupaten/kota sebagai sarana sosialisasi politik daerah.

3. Jumlah Komisioner KPU yang terlibat dalam sosialisasi Pilkada di Radio Prameswara.

Dalam melakukan sosialisasi politik penyuksesan Pilkada Lamongan 2020 oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara, KPU Lamongan hanya diwakili oleh satu orang komisioner yaitu Khoirul Anam selaku Kepala Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM (Sosdiklih). Sebagai Kadiv. Sosdiklih KPU Lamongan, penguasaan materi terkait berupa informasi terkait diadakannya kontestasi politik daerah untuk Pilkada Lamongan 2020, siapa saja pasangan calon yang diusung, tanggal pencoblosan berlangsung, hingga tata cara pencoblosan yang baik.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan pendekatan behavioralis dalam analisis penelitian dimana peneliti mengaitkan fakta-fakta tentang sosialisasi politik penyuksesan Pilkada Lamongan 2020 yang telah dilakukan KPU Lamongan di Radio Prameswara melalui dua program yaitu *Talkshow* dan spot promo Pilkada 2020 dengan hubungan yang terjadi atas kegiatan tersebut pada tingkat pengetahuan politik masyarakat. Penyusunan hasil penelitian menggunakan data primer yang didapatkan penulis melalui wawancara kepada Kepala Divisi Penyiaran Radio Prameswara Lamongan,

wawancara kepada Kadiv. Sisdiklih KPU Lamongan, dan survei kuisisioner kepada masyarakat Lamongan yang menjadi sampel penelitian, serta data sekunder berupa literatur seperti buku dan jurnal yang memiliki keterkaitan dengan topik sosialisasi politik melalui media lokal yang akan dijabarkan dengan metode analisis deskriptif kuantitatif.

1.8.2 Situs dan Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memilih lokasi di kantor penyiaran Radio Prameswara Lamongan dan KPU Lamongan karena penulis menganggap bahwa di kantor penyiaran Radio Prameswara Lamongan dan KPU Lamongan ini mempunyai informasi, data-data, dan fakta yang terkait dengan judul penelitian yang sedang dikerjakan. Lokasi penelitian yang dituju adalah :

1. Kantor penyiaran Radio Prameswara Lamongan yang beralamat di Jl. Sunan Giri No. 70, Gang Beringin, Kel. Tumenggungan, Kec. Lamongan, Kab. Lamongan, Jawa Timur.
2. Kantor Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Lamongan yang beralamat di Jl. Basuki Rahmat No.207 Pagerwojo, Sukomulyo, Lamongan, Jawa Timur.

Penulis juga melakukan survei dengan menyebarkan kuisisioner kepada masyarakat Kabupaten Lamongan di beberapa Kecamatan. Penulis mengambil sampel dari beberapa kecamatan yang memiliki pengguna hak pilih terbanyak pada Pilkada 2020, khususnya yang

memiliki alat radio, baik radio elektronik maupun radio digital. Subjek penelitian ini adalah Kepala Divisi Penyiaran Radio Prameswara Lamongan, Kepala Divisi Sosdiklih KPU Lamongan, dan masyarakat Kabupaten Lamongan. Subjek penelitian ini dipilih atas pandangan dari penulis bahwa Kepala Divisi Penyiaran Radio Prameswara Lamongan, Administrator Radio Prameswara Lamongan, Kepala Divisi Sosdiklih KPU Lamongan, dan masyarakat Kabupaten Lamongan memiliki keterlibatan dalam topik penelitian.

1.8.3 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data Primer

Dalam hal data primer ini adalah informasi yang diperoleh terkait permasalahan yang diangkat yaitu dari penelitian penulis bagaimana upaya dan kontribusi media lokal penyiaran Radio Prameswara Lamongan dalam sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPU Lamongan menjelang Pilkada Lamongan 2020. Data yang digunakan sebagai acuan dari penelitian ini adalah data dari hasil wawancara dengan Kepala Divisi Penyiaran Radio Prameswara Lamongan, hasil wawancara dengan Administrator, hasil wawancara dengan Kepala Divisi Sosdiklih KPU Lamongan, dan survei yang dilakukan kepada masyarakat Kabupaten Lamongan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dari hasil telaah dokumen tertulis, file, rekaman, informasi, pendapat dan lain-lain yang diperoleh dari sumber kedua (seperti buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu, dan lain-lain) yang memiliki relevansi dengan topik sosialisasi politik melalui media. Wujud dari data sekunder ini adalah bentuk laporan dari hasil penelitian yang sudah diolah dengan berbagai materi yang mendukung selama penelitian.

2. Sumber Data

a. Penelitian Kepustakaan

Sumber data penelitian kepustakaan merupakan data yang diperoleh dari membaca buku, literature, dan berita yang berhubungan dengan topik penelitian, khususnya yang berkaitan dengan sosialisasi politik melalui media.

b. Penelitian Lapangan

Sumber data penelitian lapangan merupakan data yang didapatkan dengan cara penulis terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mewawancarai narasumber dan melakukan survei kepada masyarakat Kabupaten Lamongan yang menjadi sampel penelitian ini yakni masyarakat dengan hak pilih pada Pilkada Lamongan 2020 yang memiliki alat radio, baik radio elektronik maupun radio digital.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik Wawancara akan menggunakan *In-depth Interview*, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama dengan pengambilan sample (*Purposive Sampling*). Kemudian penulis menggunakan metode ini untuk mengajukan pertanyaan kepada Kepala Divisi Penyiaran Radio Prameswara Lamongan, Administrator Radio Prameswara Lamongan, dan Kepala Divisi Sosdiklih KPU Kabupaten Lamongan.

2. Survei Kuisisioner

Survei merupakan metode pengambilan data secara komprehensif kepada sampel unit individu dari suatu populasi yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Dalam metode survei kuisisioner ini, peneliti memilih untuk menyebarkan kuisisioner kepada masyarakat Kabupaten Lamongan dengan mengambil sampel dari jumlah hak pilih sebesar 804. 561 jiwa pada Pilkada Lamongan 2020. Dalam persebaran kuisisioner, berikut penentuan sampel responden dan sampel geografis penelitian:

a. Sampel Responden Penelitian

Dalam penelitian ini, rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah keterwakilan sample populasi (responden) untuk sebaran kuisisioner sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{804.561}{1 + 804.561 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{804.561}{1 + 8.045,61}$$

$$n = \frac{804.561}{8.046,61}$$

$$n = 99,98 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel yang akan diteliti

N = Ukuran populasi (Jumlah hak pilih Kabupaten Lamongan 2020)

e = Tingkat kesalahan 10% untuk populasi dengan jumlah besar

b. Sampel Geografis

Sesuai perhitungan dengan rumus Slovin di atas, ditemukan besaran sampel sebanyak 100 responden. Kemudian untuk sampling geografis wilayah penelitian untuk menentukan keterwakilan sampel uji, digunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan dengan alasan dalam penelitian ini terdapat ciri khusus pada responden penelitian yaitu memiliki hak pilih pada Pilkada Lamongan 2020 dan memiliki

alat radio, baik elektronik maupun *mobile*. Sehingga responden yang diinginkan bukan berasal dari sembarang orang.

Dari 27 jumlah Kecamatan yang ada di Kabupaten Lamongan, penelitian ini mengambil sampel keterwakilan sebesar 20% dari jumlah tersebut. Sehingga diperoleh jumlah sampel Kecamatan sebesar 5,4 (dibulatkan ke atas menjadi 6) Kecamatan. Masih dengan teknik *Purposive sampling*, penulis menetapkan persebaran kuisioner berdasarkan 6 Kecamatan dengan jumlah hak pilih terbanyak pada Pilkada Lamongan tahun 2020. Berikut daftar 6 Kecamatan se-Kabupaten Lamongan yang telah dikategorikan sebagai Kecamatan dengan jumlah hak pilih terbanyak pada Pilkada Lamongan tahun 2020:

Tabel 1.3 Daftar Kecamatan dan Jumlah Hak Pilih Penduduk

No.	Kecamatan	Jumlah Hak Pilih
1.	Paciran	69.920
2.	Babat	65.989
3.	Brondong	55.849
4.	Lamongan	51.282
5.	Sugio	48.456
6.	Sukodadi	44.612

Sumber: KPU Kabupaten Lamongan.

Berdasarkan data jumlah hak pilih 6 Kecamatan yang menjadi sampel penelitian di atas, maka ditentukan besaran sampel per-Kecamatan sebagai berikut:

Tabel 1.4 Proporsi Sampel Penelitian

No	Kecamatan	Jumlah Hak Pilih	Jumlah Sampel
1.	Paciran	69.920	$69.920/336.108 \times 100 = 21$
2.	Babat	65.989	$65.989/336.108 \times 100 = 20$
3.	Brondong	55.849	$55.849/336.108 \times 100 = 17$
4.	Lamongan	51.282	$51.282/336.108 \times 100 = 15$
5.	Sugio	48.456	$48.456/336.108 \times 100 = 14$
6.	Sukodadi	44.612	$44.612/336.108 \times 100 = 13$
Jumlah		336.108	100

Sumber: KPU Lamongan (diolah penulis sebagai data primer).

c. Variabel dan Pengukuran Penelitian

Variabel penelitian merupakan sebuah tanda atau petunjuk dari objek atau aktivitas yang diteliti (Sugiyono, 2007). Variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah variabel berdasarkan hubungan yaitu sebagai berikut:

1) Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas yaitu variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel lain. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebas (X) adalah sosialisasi politik Pilkada Lamongan tahun 2020 oleh KPU di Radio Prameswara.

2) Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat yaitu variabel yang muncul sebagai akibat dari variabel bebas. Pada penelitian ini, yang menjadi

variabel terikat (Y) adalah pengetahuan masyarakat atas Pilkada Lamongan tahun 2020.

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan Skala Likert untuk mengukur hasil jawaban responden dalam kuisisioner sebagai berikut:

Tabel 1.5 Pilihan Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Skala Likert

Kategori	Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Tinggi	Sangat Mengetahui	4
Tinggi	Mengetahui	3
Rendah	Kurang Mengetahui	2
Sangat Rendah	Tidak Mengetahui	1

Sumber: Sugiyono, 2016.

1.8.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu tahapan untuk menguji apakah pertanyaan dalam kuisisioner penelitian itu cocok dan sesuai (Siregar, 2015). Uji validitas digunakan sebagai pembuktian bahwa indikator konsep dapat menjadi dasar penyusunan pertanyaan yang kredibel dalam kuisisioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah

jumlah sampel. Apabila koefisien korelasi $> 0,300$ maka pertanyaan dianggap valid dan berlaku sebaliknya (Sudarmanto, 2005). Dalam penelitian ini, uji validitas akan dilakukan menggunakan program *SPSSv22 for windows*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tahapan uji untuk mengukur konsisten atau tidaknya jawaban responden yang ada dalam penelitian. Suatu kuisisioner dinilai reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan konsisten atau stabil. Dalam penelitian ini, digunakan teknik uji reliabilitas *One Shot* atau pengukuran satu kali. Pengujian dilakukan dengan metode *Cornbrach Alpha* (α) dengan ketentuan suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cornbrach Alpha* $> 0,60$. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas akan dilakukan menggunakan program *SPSSv22 for windows*.

2. Uji Hipotesis

a. Koefisien Korelasi Sederhana

Sesuai dengan pertanyaan penelitian yaitu ingin mencari korelasi atau hubungan antara variabel X yaitu sosialisasi politik Pilkada Lamongan tahun 2020 melalui radio dengan variabel Y yaitu pengetahuan masyarakat Lamongan terhadap Pilkada Lamongan tahun 2020, maka dilakukan uji korelasi sederhana menggunakan teknik koefisien korelasi *product moment pearson*.

Kemudian untuk menentukan tingkat keeratan korelasi antara variabel X dan Y, penelitian ini menggunakan pedoman tingkat keeratan korelasi menurut (Nugroho B. A., 2005) sebagai berikut:

Tabel 1. 6 Pedoman Tingkat Keeratan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan Korelasi
0,00 - 0,20	Sangat Lemah
0,21 - 0,40	Lemah
0,41 - 0,70	Kuat
0,71 - 0,90	Sangat Kuat
0,91 - 0,99	Sangan Kuat Sekali
1	Korelasi Sempurna

Sumber: Nugroho, 2005.

Dalam penelitian ini, uji hipotesis koefisien korelasi sederhana akan dilakukan dengan program *SPSSv22 for windows*. Kemudian dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, akan dianalisis secara deskriptif kuantitatif untuk menganalisis perihal hubungan antara sosialisasi politik Pilkada Lamongan 2020 yang dilakukan KPU Lamongan di Radio Prameswara dengan pengetahuan masyarakat Lamongan mengenai Pilkada itu sendiri.

3. Penarikan Kesimpulan dan Saran

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian. Dalam penelitian ini, bagian kesimpulan penelitian memuat ringkasan

penelitian atas uji hubungan antara sosialisasi Pilkada Lamongan tahun 2020 yang dilakukan KPU Lamongan melalui Radio Prameswara terhadap pengetahuan masyarakat tentang informasi Pilkada Lamongan tahun 2020. Kemudian penyusunan saran berupa rekomendasi, masukan, maupun kritik yang ditujukan kepada objek penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga saran yaitu saran untuk KPU Lamongan, saran untuk Radio Prameswara, dan saran untuk masyarakat.

1.8.6 Disclaimer Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada keterlibatan subjek penelitian yaitu hanya 100 responden tanpa melakukan analisis kontrol grup. Penetapan sampel responden juga dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dan bukan *random sampling* dimana responden diambil dengan kategori tertentu seperti pengguna hak suara, dan kepemilikan radio. Sehingga hasil penelitian tidak cukup untuk merepresentasikan tingkat pengetahuan politik masyarakat secara umum. Kemudian masih terdapat beberapa responden yang mengisi kuisioner penelitian secara kurang lengkap atas dasar lupa, mengingat program sosialisasi sudah berlangsung 2 tahun yang lalu (2020). Atas dasar tersebut di atas, hasil penelitian yang disajikan tidak dapat digeneralisasikan pada kelompok subjek dengan jumlah besar. Hal ini terjadi karena penelitian yang dilakukan hanya memfokuskan bahasan

pada satu kejadian di satu waktu saja yaitu saat sosialisasi politik
Pilkada Lamongan 2020 oleh KPU Lamongan di Radio Prameswara.